

La performance lenta del corpo al centro del retail del benessere



Francesco Morace

Sull'abbinamento di lentezza/profondità dell'esperienza e ricerca di prestazioni il settore del benessere ha lavorato molto negli ultimi anni, con risultati straordinari, sia in termini di retail sia di contenuto valoriale. Primo esempio: la video artista svizzera Pipilotti Rist ha realizzato qualche tempo fa una grande installazione in esclusiva per il MoMA di New York, intitolata Pour Your Body Out. L'atrio del se-

1. **Centralità corporale: al momento del parto...**
2. **...oppure nella scelta degli olii essenziali o dello yoga. Al museo**

condo piano è stato letteralmente invaso da proiezioni su ogni parete, mentre al centro dello spazio è stato realizzato un enorme divano circolare, circondato da tappeti, sul quale era possibile accedere soltanto a piedi nudi. Nei video si poteva assistere a una sorta di rito di baccanti, con uomini e donne che danzavano in estasi immersi in una natura lussureggiante. Questa installazione ha suggerito un evento di grandissimo successo, tenutosi in occasione della chiusura della mostra, Yoga at the MoMA: una lezione gratuita di yoga di un'ora, tenu-

ta da Elena Brower, fondatrice di Virayoga, un vero e proprio punto di riferimento per questa pratica negli Usa. Circa 150 persone hanno dunque potuto assistere alla mostra e allo stesso tempo esercitarsi, coinvolti in una esperienza dalla formula inedita. I posti disponibili sono andati esauriti in pochi minuti dalla pubblicazione online dell'evento e le richieste per poter accedere sono state diverse migliaia.

SECONDO ESEMPIO

Nella sfera del corpo è essenziale analizzare il fiorire di prodotti alternativi a quelli puramente cosmetici, che stanno mutando profondamente la relazione tra bellezza e benessere. Un caso emblematico è quello di Sco (Skin Care Options) piccola azienda americana fondata da Teresa Ma, una appassionata cliente dei prodotti di bellezza che, insoddisfatta dell'offerta sul mercato, ha deciso di lanciare una sua linea. Con la consulenza di tre dermatologi la Ma ha aperto a New York, nel cuore di SoHo, un negozio e un centro benessere in cui ha lanciato la sua linea di prodotti, che in breve tempo è diventata un marchio di culto. Sco propone una linea base e una linea personalizzabile, solo nel suo negozio, attraverso l'aggiunta per infusione di olii essenziali naturali per uso farmaceutico. Il packaging dei prodotti, essenziale e monocromo, è estremamente sofisticato nella sua semplicità e riporta solo il nome del prodotto, il nome del cliente (come nella tradizione delle farmacie americane) e la data di confezionamento e scadenza. Il tema della personalizzazione è centrale nel successo del marchio: 20 diversi estratti, tra olii essenziali e vitamine dal-

le prestazioni specifiche possono essere aggiunti ai prodotti di base a seconda delle esigenze della clientela. Tuttavia la linea standard, oggi distribuita nelle migliori profumerie al mondo e su diversi canali online, garantisce qualità e performance grazie alla ricerca e alla scientificità del concetto alla base del progetto Sco.

TERZO ESEMPIO

Da sempre la maternità rappresenta per le donne un momento di svolta e di nuova consapevolezza. A differenza del passato, oggi spesso la maternità è un momento che la donna vive da sola, sperimentando senso di isolamento e incapacità a far fronte ai problemi. Aumenta quindi la voglia di dividerlo, e le neo mamme di tutte le età si collegano in rete (blogger mummies), usano la città come palestra (stroller fitness), e usufruiscono di nuovi servizi. Go Home Gorgeous è il servizio offerto dagli ospedali di Saint Paul e Minneapolis alle partorienti che vogliono tornare a casa in perfetta forma. Una spa interna al reparto (Spa-Spital) offre una vasta gamma di opzioni per rimettersi dallo stress del parto:

Le strategie del gioco

- **Coniugare** l'esigenza individuale di prestazione e attività con il desiderio collettivo di lentezza e profondità.
- **Vivere il corpo** come incontro tra prestazione creativa e fisica.
- **Ritagliarsi nuove forme di personalizzazione** per un equilibrio lento tra benessere e attività "su misura".
- **Accompagnare l'approccio olistico alla salute** con una serie infinita di **micro-servizi**.
- **Integrare** l'offerta di prodotti eccellenti nell'ambito della cura con intelligenza virtuale e competenza in rete.

massaggi completi e mirati (spalle, collo, piedi), aromaterapia, musica per alleviare il dolore, teli con aromi di eucalipto per facilitare la circolazione e diminuire la ritenzione idrica, consigli ai genitori per facilitare il rientro. In più la puerpera può utilizzare una serie di servizi a domicilio, con ostetriche e baby sitter che forniscono un set completo di assistenza di giorno e di notte. ■

L'INCONTRO STIMOLANTE

Il concetto di performance rappresenta parallelamente l'altra faccia della stessa medaglia, enfatizzando una ricerca di prestazione e risultato, inseguendo il mito del corpo ideale. Oggi è interessante scoprire come lentezza e performance si incontrino, dando vita a **un nuovo sogno che stimola linguaggi espressivi e supera le frontiere della distribuzione**. Il corpo come piattaforma di sperimentazione è ormai un assunto trasversale alle appartenenze di genere e alle diverse generazioni: su questo nasce e si sviluppa **il concetto di performance lenta, che si arricchisce con il tempo**. Il corpo segna quindi questa trasformazione in un paesaggio che orienta molti altri settori, e che identifica nella performance lenta e progressiva gli elementi caratteristici del futuro.